

## La TV en abierto mantiene el pulso con La Liga, que declara desiertos todos los lotes

M.Menchén

16 dic 2015 - 21:20

Las cadenas de televisión no están dispuestas a realizar el esfuerzo inversor que les reclama La Liga. La patronal de clubes no ha tenido más remedio hoy que declarar nuevamente desierta la adjudicación de los cuatro lotes destinados a la emisión de partidos en abierto durante las próximas tres temporadas, después de que las ofertas recibidas nuevamente no alcanzaran el precio mínimo que exige. Ahora se ha abierto una nueva ronda de ofertas, que deberán presentarse antes del 22 de diciembre.

Televisión Española (TVE) ya dejó claro que tiene intención de pujar nuevamente por lotes que actualmente posee, como son el partido en abierto de Primera División y los resúmenes exclusivos. En conjunto, esta temporada ha pagado unos 20 millones de euros, cifra que con el paso de los meses se ha mostrado excesiva a la vista del retorno que está obteniendo. Tampoco se está encontrando por ahora un operador interesado en un partido de cada ronda de la Copa del Rey y las semifinales, así como un paquete de hasta seis partidos de Segunda División pensado especialmente para la Forta, que agrupa a las televisiones autonómicas.

Desde La Liga guardan silencio absoluto sobre el importe económico que reclaman por estos derechos audiovisuales, aunque cabe señalar que en los lotes reservados para la televisión de pago se ha obtenido una plusvalía del 66% respecto a lo pagado por Telefónica en esta temporada. Además, en el caso del partido de Primera División en abierto, sigue habiendo un obstáculo determinante: la imposibilidad de escoger un encuentro en el que jueguen FC Barcelona, Real Madrid, Atlético de Madrid, Valencia CF o cualquiera que juegue competiciones europeas.

El problema para la Segunda División es que puede acabar nuevamente quedando reservada para las plataformas de pago, un escenario en el que muchos clubes de la categoría no quieren ni pensar por la pérdida de notoriedad mediática que ello supondría. En este caso, la patronal no tiene obligación de ofrecer los encuentros en abierto, y de hecho en su comunicado de ayer indica que sí va a empezar a ofrecer "en régimen de no exclusividad" el Canal Liga TV2, totalmente editado por la organización y que incluiría todos los partidos.

Es decir, que al menos se podría asegurar que todas las plataformas, como Telefónica, Orange

o Vodafone, pueden ofrecer el día a día de la Liga Adelante. Ninguna de estas compañías presentó ofertas por este lote, ya que el único candidato con propuestas "muy distantes" al precio de reserva que pedía la organización es Open Cable, una UTE formada por operadores de cable centrada en la zona de Levante.

Otro de los paquetes que se empezará a vender a todos los grupos mediáticos que estén interesados es el número 10, que incluye resúmenes de noventa segundos de cada partido a través de Internet. Aquí, nuevamente las ofertas se quedaron por debajo de las pretensiones de los clubes, ya que interés sí había como demuestra el hecho de que se presentaran Atresmedia, Mediaset, la Forta y Hello Media Group, empresa presidida por Yago Arbeloa, hermano del jugador del Real Madrid y un activo inversor en *start up*.

Por otro lado, la organización sí ha decidido impulsar "directamente con los medios técnicos de La Liga" la aplicación para consumir partidos bajo demanda en semidirecto o diferido. Se trata de una opción que clubes como FC Barcelona ya explotan por su cuenta, como adelantó *Palco23*, y que ahora la patronal quiere promover con la opción de ver todos los encuentros de Primera y Segunda División.

¿Quién pujó por los lotes adjudicados en la televisión de pago?

En cuanto a los lotes adjudicados, la documentación hecha pública hoy sí ha servido para conocer qué grupos pujaron por las retransmisiones que sí tienen nuevo dueño. Por ejemplo, Telefónica arrebató a Mediapro-beIN Sports, Atresmedia y la UTE de Vodafone-Orange los derechos de *El Partidazo*, que incluye un encuentro de Barça o Madrid cada fin de semana, otro de Segunda y la fase de ascenso a Primera. Para conseguirlo, ofreció 750 millones, a razón de 250 millones por cada una de las tres campañas.

La compañía liderada por Jaume Roures, en cambio, se hizo con el paquete que incluye ocho partidos de Primera, incluido el de Barça o Madrid que no elija Telefónica, tras poner 1.900 millones sobre la mesa. Son 633 millones cada ejercicio, cifra que no alcanzaban las propuestas de la multinacional presidida por César Alierta y la alianza de los otros dos grandes grupos de telecomunicaciones.

La UTE de Vodafone y Orange sí se impuso en la puja por el Canal Liga TV3, que incluye las retransmisiones de todos los partidos de Primera y Segunda en establecimientos públicos, como restaurantes, bares, gimnasios u hoteles. La oferta de 300 millones fijos más 30 millones variables no alcanzó el precio mínimo, pero "estaba muy próxima" y es "significativamente superior" al importe que estaba dispuesto a

---

# PALCO23

---

| pagar Telefónica.